

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Penelitian dengan judul “Penerimaan Catcalling dalam Iklan “Shimmer in the Dark: Jimmy Choo CR18 Featuring Cara Delevingne” di Youtube” memiliki subjek penelitian yang meliputi usia, jenis kelamin, etnis, yang beragam guna memperoleh pemaknaan yang berbeda (Hadi, 2009). Sebagaimana Alo Liliweri (2009:12-13) mengatakan Komunikasi Antar Budaya sebagai interaksi dan komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh beberapa orang yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda (Rizak, 2018). Hal tersebut sangat relevan dari latar belakang dan etnis yang dimiliki keenam informan.

Mengenai iklan Jimmy Choo, tidak hanya menyampaikan pesan eksplisit, namun juga pesan implisit berupa tindakan *catcalling* secara verbal dan nonverbal. Oleh karena itu, tiga informan dalam *oppositional position* karena mereka cenderung menolak pesan *catcalling* dan menggantikannya dengan pola pikir mereka yaitu memaknai sebuah pujian dalam iklan Jimmy Choo. Sementara dua informan menempati *dominant position* karena cenderung menerima bahwa terdapat tindakan *catcalling* dalam iklan Jimmy Choo berupa siulan dan pujian.

Terakhir, satu informan menduduki *negotiated position* karena ia mencampurkan interpretasinya dengan pemahaman dan pengalaman sosial tertentu terkait pesan *catcalling* dalam iklan Jimmy Choo, dimana ketika seseorang menerima tindakan *catcalling*, hal tersebut tergantung bagaimana

penerimaan korban. Kesimpulannya, penerimaan mengenai *catcalling* masih cenderung ditolak karena dipengaruhi oleh *Frame Of Reference* dan *Field Of Experience* informan bahwa iklan Jimmy Choo tidak mengandung unsur *catcalling*.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian mengenai pesan iklan Jimmy Choo yang menunjukkan fenomena *catcalling* ini, tidak hanya dianalisis dengan metode *reception analysis* saja, namun dapat dikembangkan lagi melalui penelitian lanjutan dengan metode analisa semiotika. Harapannya, dengan menggunakan analisis tersebut, makna di balik setiap pesan baik eksplisit maupun implisit dapat terlihat dengan jelas sekaligus menjadi masukan bagi pembuat iklan dalam menyusun pesan iklan yang matang.

V.2.2 Saran Praktis

Pembuat iklan Jimmy Choo perlu memperhatikan konsep iklan yang sengaja dibuat menarik, karena beberapa adegan dalam iklan tersebut terjadi *misleading* sehingga menimbulkan penerimaan beragam dari *audience*. Maka dari itu, peneliti berharap *audience* dapat menerima pesan dalam iklan dari sisi eksplisit maupun implisit. Peneliti berharap, ke depannya fenomena *catcalling* semakin gencar dimunculkan ke berbagai media sehingga menjadi sarana informasi bahwa *catcalling* merupakan tindakan pelecehan seksual secara verbal.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A.M, Morissan. (2015). *Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Prenada media Group.
- A,M, Morissan et al,eds. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Fakih, Mansour. (2013). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Hall, Stuart, et al,eds. (2011). *Budaya Media ,Bahasa*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Ida,Rachmah.(2016). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta:Prenada Media Group.
- Irfan, Muhammad dan Wahid, Abdul. (2011). *Perlindungan Terhadap Korban Kekerasan Seksual Advokasi atas Hak Asasi Manusia*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kartono, Kartini. (2009). *Psikologi Abnormal dan Abnormalitas Seksual*. Bandung:CV.Mandar Maju.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen dan Foss, Karen. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L.J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Storey, John. (2007). *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta & Bandung:Jalasutra.
- Sulaeman, M. Munandar dan Homzah, Siti. (2010). *Kekerasan Terhadap Perempuan: Tinjauan dalam Berbagai Disiplin Ilmu dan Kasus Kekerasan*. Bandung: Refika Aditama.

JURNAL

- Ahdiah, Indah. (2013). Peran-peran Perempuan dalam Masyarakat. *Jurnal Akademica Fisip Untad* 5 (2).
- Dewi, Ida. (2019). *Catcalling* : Candaan, Pujian atau Pelecehan Seksual *Jurnal Hukum Kenotariatan* 4 (2), 198-212.
- Erivah, Ayu dan Wahid, Umaimah. (2015). Analisis Isi Kekerasan Seksual Dalam Pemberitaan Media Online Detik.Com. *Jurnal Komunikasi*. 7 (152 – 164).
- Hadi, Ido Prijana. (2009). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*. 3 (1), 1-7.
- Harendza, Joy Gloria et al. (2018). Perancangan Kampanye Sosial ‘JAGOAN’. *Jurnal DKV Adiwarna*. 1 (12).
- Hermawan, Herry dan Hamzah, Radja. (2017). Objektifitas Perempuan dalam Iklan Televisi. *Jurnal Kajian Media*. 1 (2), 166-176.
- Hidayat, Angeline dan Setyanto, Yugih. (2019). Fenomena Catcalling sebagai Bentuk Pelecehan Seksual secara Verbal terhadap Perempuan di Jakarta. *Jurnal Komunikasi*. 3 (2), 485-492.
- Indah, Tri. (2016). Komunikasi Verbal dan Non Verbal. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 6 (02).
- Kurnianingsih, Sri. (2003). Pelecehan Seksual terhadap Perempuan di Tempat Kerja. *Jurnal Buletin Psikologi*. 9 (2).
- Roziky, Alfian dan Maya, Dinara. (2015). Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarung Sekolah Dasar Luar Biasa Negeri Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Komunikasi*. 9. (02), 169-176.
- Santoso, Benedicta Alodia dan Bezaleel, Michael. (2018). Perancangan Komik 360 Sebagai Media Informasi Tentang Pelecehan Seksual Cat Calling. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*. 4.(1), 14-24.
- Solihin, Olih. (2015). Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. 5(2), 41-49.
- Sumera, Marcheyla. (2013). Perbuatan Kekerasan/Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan. *Lex et Societatis*. 1(2), 39-49.
- Supanto. (2004). Pelecehan Seksual Sebagai Kekerasan Gender: Antisipasi Hukum Pidana. 20 (3), 288 – 310.

Susiana, Sali. (2012). Kekerasan Seksual terhadap Perempuan di Ruang Publik. *Info Singkat Kesejahteraan Sosial*. 4 (4), 9-12.

Triwijayati, N.K. (2007). Pelecehan Seksual: Tinjauan Psikologi. *Jurnal Masyarakat, Budaya dan Politik*. 20 (4), 303-306.

Yuanita, Happy dan Sukanto, Monique Elizabeth. (2013). Fenomena Body Dissatisfaction Pada Perempuan Anggota Fitness Centre. *Jurnal Psikologi Teori & Terapan*. 4(1), 12-23.

INTERNET

Abdi, Alfian. (2019, 17 Mei). Media Massa Belum Berubah Memberitakan Perkosaan. Diakses pada tanggal 26 September 2019 pukul 17.10 WIB. Dari <https://tirto.id/komnas-perempuan-media-massa-belum-berubah-memberitakan-perkosaan-dL9n>.

Ayu, Purnama. (2018, 18 Maret). 'Catcalling' dan mimpi buruk perempuan di jalan. Diakses 19 April 2020 pukul 16.08 WIB. Dari <https://www.alinea.id/gaya-hidup/catcalling-dan-mimpi-buruk-perempuan-di-jalan-b1UvT9I8>.

Kartikawati, Eny. (2019, 31 Januari). Mengenal Catcalling, Pelecehan yang Dialami Miss International Kevin Lilliana. Diakses 15 April 2020 pukul 01.42 WIB. Dari <https://wolipop.detik.com/love/d-4408986/mengenal-catcalling-pelecehan-yang-dialami-miss-international-kevin-lilliana>.

Kekerasan Seksual : Kenali dan Tangani ! 15 Bentuk Kekerasan Seksual. (2017, 21 Oktober). Komnas Perempuan[on-line]. Diakses 6 April 2020, pukul 19.53 WIB. Dari <https://www.komnasperempuan.go.id/read-news-kekerasan-seksual-kenali-dan-tangani-15-bentuk-kekerasan-seksual>.

Laia, Kennial. (2017, 13 Maret). Mengapa masyarakat harus berhenti menganggap pelecehan di jalan itu normal. Diakses pada 24 Agustus 2019 pukul 20.01 WIB. Dari <https://www.rappler.com/indonesia/ayo-indonesia/164042-masyarakat-berhenti-pelecehan-jalan-normal>

Nainggolan, Sri. (2017, 22 Desember). Iklan Terbaru Cara Delevingne Tuai Kontroversi. Diakses 26 September 2019 pukul 13.06 WIB. Dari https://m.medcom.id/nasional/berita/PNgJA54K-iklan-terbaru-cara-delevingne-tuaikontroversi?utm_source=m.metrotvnews.com&utm_medium=web&utm_campaign=m_metrotvnews&lite=true.

- Nayahi, Manggala. (2015, 4 Maret). Pencitraan Perempuan oleh Media: Eksploitasi Tubuh Perempuan sebagai Objek Kepuasan Lelaki. Diakses 26 September 2019, pukul 02.25 WIB. Dari <https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/objektifikasi-perempuan-oleh-media-pembakuan-identitas-perempuan-dan-dominasi-kekuasaan-laki-laki>.
- Pelecehan seksual di ruang publik: Mayoritas korban berhijab, bercelana panjang dan terjadi di siang bolong. (2019, 17 Juli). BBC [on-line]. Diakses pada 10 Agustus 2019, pukul 18.18 WIB. Dari <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia>
- Ravel, Stanly. (2017. 26 November). Faktor Pemicu Terjadinya Pelecehan Seksual di Ruang Publik. Diakses 6 April 2020, pukul 23.56 WIB. Dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/11/26/08151821/faktor-pemicu-terjadinya-pelecehan-seksual-di-ruang-publik>.
- Stop Street Harassment.2019. Statistics - The Prevalence of Street Harassment. (<http://www.stopstreetharassment.org/resources/statistics/statistics-academic-studies/>, Diakses tanggal 15 Maret 2019, pukul 22.22 WIB).
- Utami, Ayu. (2017, 28 Desember). Menjadi Viral, Iklan Terbaru Jimmy Choo Mendapat Kritikan. Diakses pada 24 Februari 2019, pukul 12.09 WIB. Dari <https://glitzmedia.co/post/entertainment/celebuzz/menjadi-viral-iklan-terbaru-jimmy-choo-mendapat-kritikan>
- Valentina, Stephani. (2018, 30 Agustus). Mengapa Catcalling?. Diakses 15 April 2020, pukul 03.04 WIB. Dari <https://www.quareta.com/post/mengapa-catcalling>.